

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи


О.Б.Жильцов
“ 11 ” 01. 2018 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Створення та просування власного медіапроекту

(шифр і назва навчальної дисципліни)

галузі знань: 06 Журналістика
спеціальності: 061 Журналістика
освітньої програми: Медіа-комунікації (061.00.04)



2018 рік

Робоча програма з дисципліни «Створення та просування власного медіапроекту» для студентів освітніх програм медіа-комунікації спеціальності 061 «Журналістика» галузі знань 06 «журналістика», освітнього рівня «магістр», 2018 року – 16 с.

Розробник: Южда Григорій Григорович, доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від “9” січня 2018 року № 5

Завідувач кафедри

журналістики та нових медіа  (Ю.В. Нестерук)

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора Інституту журналістики з

науково-методичної та навчальної роботи  (О.А. Росінська)

© Університет Грінченка, 2018 рік

© Южда Г.Г., 2018 рік

ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
III. ПРОГРАМА	7
IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ	8
V. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	9
VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ	11
VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ	13
VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	15
IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ	15
X. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	16

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Створення та просування власного медіапроекту» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою журналістики та нових медіа на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрів відповідно до навчального плану для цієї спеціальності денної форми навчання.

Мета та завдання навчальної дисципліни.

Мета курсу – у пр

оцесі практично орієнтованого навчання в рамках так званої «творчої майстерні» студенти ознайомлюються з принципами створення медіапродуктів, виробляють навички творчої роботи з інформаційними джерелами і технологіями створення матеріалів, та способами їх просування на медіаринку.

Завдання курсу – засвоїти основи журналістської творчості, оволодіти практичними навичками створення власних проектів, а також основами промоушена.

Вивчивши дисципліну «Створення та просування власного медіапроекту» студент повинен:

Бути компетентним у:

- створенні медіапродукту;
- особливостях просування медіапродукту, специфіці використання медіа законодавства;

студенти повинні вміти:

- знайти актуальну тему для створення власного продукту;
- створити проект та розробити концепцію просування в медіа середовище.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни «Створення та просування власного медіапроекту», становить 120 год., із них 6 год. – лекції, 26 год. – практичні заняття, 80 год. – самостійна робота, 4 год. – модульні контрольні роботи. Дисципліна закінчується підсумковим модульним контролем.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ВЛАСНОГО МЕДІАПРОЕКТУ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: специфіка практичної медійної діяльності у процесі створення власних проектів та їх просування на медіаринку

Таблиця 1

Курс	Напрямок, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість х кредитів, відповідних ECTS: <i>4 кредити</i> Змістові модулі: <i>4 модулі</i> Загальний обсяг дисципліни (години): <i>120 години</i> Тижневих годин: <i>4 години</i>	Освітня програма: Медіа-комунікації Шифр та назва спеціальностей 061 Журналістика Галузей знань: <i>06 Журналістика</i> Освітній рівень <i>другий (магістерський)</i>	Нормативна Рік підготовки: 5 Семестр: 10 Аудиторні заняття: 32 <i>годин, з них:</i> Лекції (теоретична підготовка): <i>6 годин</i> Практичні заняття: <i>26 годин</i> Самостійна робота: 80 годин Модульні контрольні роботи: 8 год. Вид контролю: ПМК

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ВЛАСНОГО МЕДІАПРОЕКТУ

Таблиця 2

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Самостійна робота	МКР
Змістовий модуль I. Від задуму до реалізації								
1.	Пошук ідеї	2	2	2				
2.	Основні етапи творчого процесу	4	4		4			
3.	Пошук ідеї для власного проекту	12	2		2		10	
	Модульна контрольна робота № 1	2						2
	Разом	20	8	2	6		10	2
Змістовий модуль II. Створення власного проекту								
4.	Творчі та технологічні інструменти виробництва аудіо-візуального контенту для медіа	6	6	2	4			
5.	Реалізація власного проекту	32	2		2		30	
	Модульна контрольна робота № 2	2						2
	Разом	40	8	2	6		30	2
Змістовий модуль III. Постпродакшин								
6.	Основні етапи постпродакшин	2	2	2				
7.	Постпродакшин різних видів медіа-продуктів (аудіо, відео)	26	6		6		20	
	Модульна контрольна робота № 3	2						2
	Разом	30	8	2	6		20	2
Змістовий модуль IV. Просування власного медіа-продукту								
8.	Розробка маркетингової стратегії просування власного проекту	28	8		8		20	
	Модульна контрольна робота № 4	2						2
	Разом	30	8		8		20	2
Разом за навчальним планом		120	32	6	26		80	8

ІІІ. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

Від задуму до реалізації

Лекція 1. Пошук ідеї (2 год.)

Основні завдання, проблеми, тематика сучасного медіа-контенту. Головні критерії журналістської творчості. Прояв творчої індивідуальності журналіста в роботі. Діалектика загального, особливого та одиночного. Пошук ідеї власного проекту.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

Створення власного проекту

Лекція 2. Творчі та технологічні інструменти виробництва аудіо-візуального контенту для медіа. (2 год.)

Інтерактивний сторінейлінг: від великих текстів в інтернеті до лонгвідів, від таблиць та діаграм до анімацій, 3d інфографіки, від атласу до інтегрованої карти та графіка, від звичайної історії до інтерактивного сторітейлінгу.

Препродакшн (етап підготовки до знімального процесу, включаючи написання сценарію, підбір акторів, розкадрування та ін.), Продакшн (сам знімальний процес). Формування Layout, створення моделей і текстур, створення персонажей, об'єктів анімаційних ригів; R&D (Research & Development) – вода, вогонь, фур и тощо; Look development; Фінальна анімація.

Проекти The New York Times: 36 Hovers (<http://www.nytimes.com/column/36-hours>); A Rogue State Along Two Rivers (<http://www.nytimes.com/interactive/2014/07/03/world/middleeast/syria-iraq-isis-rogue-state-along-two-rivers.html>); «Непал, до і після землетрусу» (<http://www.nytimes.com/interactive/2015/05/06/magazine/06Mag-Everest.html>); 3d інфографіки про міграцію американців (<http://www.nytimes.com/interactive/2014/08/13/upshot/where-people-in-each-state-were-born.html>).

Сучасні тренди VR та AR (додана реальність) в створенні контенту. Журналістика та штучний інтелект.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.

Постпродакшн

Лекція 3. Основні етапи постпродакшн. (2 год.)

Постпродакшн (обробка відзнятого матеріалу, монтаж, озвучування, комп'ютерна графіка і спецефекти, титри, кольорокорекція і т.д.).

Розкадровка та монтаж. Технологія художньої обробки відео: узгодженість звуку і відеозображення. Додатковий монтаж. Затвєдження.

IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ВЛАСНОГО МЕДІАПРОЕКТУ»

Разом: 120 год., з них лекційних – 6 год., практичних занять – 26 год.,
модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 80 год., підсумковий контроль – ПМК.

Тиждень	I	II
Модулі	Змістовий модуль 1	
Назва модуля	«Від задуму до реалізації»	
Кількість балів за модуль	74 балів	
Лекції	1	
Дати		
Теми лекцій	Пошук ідей. 1 б.	
Теми практичних занять	Основні етапи творчого процесу 10 + 1 б.	Основні етапи творчого процесу 10 + 1 б. Пошук ідей для власного проекту 10 + 1 б.
Самостійна робота		Табл. 6. 1 (15 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	
Тиждень	III	IV
Модулі	Змістовий модуль 2	
Назва модуля	«Створення власного проекту»	
Кількість балів за модуль	74 балів	
Лекції	2	
Дати		
Теми лекцій	Творчі та технологічні інструменти виробництва аудіо-візуального контенту для медіа 1 б.	
Теми практичних занять	Творчі та технологічні інструменти виробництва аудіо-візуального контенту для медіа 10 + 1 б.	Творчі та технологічні інструменти виробництва аудіо-візуального контенту для медіа 10 + 1 б. Реалізація власного проекту 10 + 1 б.
Самостійна робота		Табл. 6. 1 (15 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	
Тиждень	V	VI
Модулі	Змістовий модуль 3	
Назва модуля	«Постпродакшин»	
Кількість балів за модуль	74 балів	
Лекції	3	
Дати		
Теми лекцій	Основні етапи постпродакшин 1 б.	
Теми практичних занять	Поестпродакшин різних видів медіа-продуктів (аудіо, відео) 10 + 1 б.	Поестпродакшин різних видів медіа-продуктів (аудіо, відео) 20 + 2 б.
Самостійна робота		Табл. 6. 1 (15 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)	
Тиждень	VII	VIII

Модулі	Змістовий модуль 4	
Назва модуля	«Просування власного медіа-продукту»	
Кількість балів за модуль	84 балів	
Теми практичних занять	Розробка маркетингової стратегії просування власного проекту 20 + 2 б.	Розробка маркетингової стратегії просування власного проекту 20 + 2 б.
Самостійна робота	Табл. 6. 1 (15 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)	
Підсумковий контроль	ПМК	

V. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовний модуль 1. Від задуму до реалізації

Практичне 1-2. Основні етапи творчого процесу (4 год.)

Значення світоглядних позицій автора. Зв'язок змісту і форми в медіа-матеріалі. Головне джерело інформації – соціальні контакти. Основні канали інформації: учасники та свідки подій, редакційна пошта, довідкова література, стрічки новин інформаційних агентств. Головні методи збору інформації: бесіди, участь у подіях чи спостереження за ними, використання сучасних документів і фактів, вивчення архівних документів, аналітична робота над ними. Перевірка фактичних і документальних даних і свідчень, отриманих під час інтерв'ю. Поведінка під час збору інформації, його такт і тактика, вміння, майстерність. Відмінність методики збору інформації в залежності від жанру твору.

Література: 1-3, 9

Практичне 3. Пошук ідеї для власного проекту (2 год.)

Спираючись на аналіз медіаринку запропонувати та представити ідею власного медіапродукту.

Література: 1-3, 9.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Створення власного проекту

Практичне 4-5. Творчі та технологічні інструменти виробництва аудіо-візуального контенту для медіа. (4 год.)

Розробка концепції медіапродукту. Написання та представлення сценарію власного медіапродукту.

Література: 1-5, 9-10.

Практичне 6. Реалізація власного проекту (2 год.)

Практична реалізація власного медіапроекту (зйомка, запис, сторітейленг).

Література: 1-5, 9-10.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Постпродакшин

Практичне 7-9. Постпродакшин різних видів медіа-продуктів (аудіо, відео) (6 год.)

Постпродакшн власного медіа-продукту (обробка відзнятого матеріалу, монтаж, озвучування, комп'ютерна графіка і спецефекти, титри, кольорокорекція і т.д.).

Розкадровка та монтаж / уточнення блоків сторітейлінгу / робота зі звуком (накладання спецефектів). Технологія художньої обробки відео: узгодженість звуку і відеозображення. Додатковий монтаж. Затвердження.

Література: 4-8.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4.

Просування власного медіа-продукту

Практичне 10-13. Розробка маркетингової стратегії просування власного проекту (8 год).

Маркетингові стратегії: терміни реалізації, цільовий ринок.

Маркетинговий план.

Література: 10.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1.

Від задуму до реалізації

Тема 3. Пошук ідеї для власного проекту (10 год.)

Проаналізувати медіапростір (український та світовий медіаринок) для визначення найпопулярніших видів медіапроектів.

Література: 1-3, 9.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

Створення власного проекту

Тема 5. Реалізація власного проекту (30 год.)

Створення власного проекту: зйомка, аудіозапис, написання тексту для сторітейлінгу.

Література: 1-5, 9.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.

Постпродакшн

Тема 7. Постпродакшн різних видів медіа-продуктів (аудіо, відео) (20 год)

Постпродакшн власного медіа-продукту.

Література: 4-8.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. Просування власного медіа-продукту

Тема 8. Розробка маркетингової стратегії просування власного проекту (20 год)

Написання маркетингового плану.

Література: 10.

Таблиця 6.1.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль І. «Від задуму до реалізації»			
Тема 3. Пошук ідеї для власного проекту – 10 год.	Практичні заняття, модульна контрольна робота	15 (5 (д/з)+10 (опрац. джерел.)	II
Змістовий модуль 2 «Створення власного проекту»			
Тема 5. Реалізація власного проекту – 30 год.	Практичні заняття, модульна контрольна робота	15 (5 (д/з)+10 (опрац. джерел.))	IV
Змістовий модуль 3 «Постпродакшин»			
Тема 7. Постпродакшин різних видів медіа-продуктів (аудіо, відео) – 20 год.	Практичні заняття, модульна контрольна робота	15 (5 (д/з)+10 (опрац. джерел.))	VI
Змістовий модуль 4 «Просування власного медіа-продукту»			
Тема 8. Розробка маркетингової стратегії просування власного проекту – 20 год.	Практичні заняття, модульна контрольна робота	15 (5 (д/з)+10 (опрац. джерел.))	VII
<i>Разом: 80 год.</i>	<i>Разом: 60 балів</i>		

VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів оцінюються за модульно-рейтинговою системою, що ґрунтується на принципах поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснено відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються методи усного контролю (індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда) та методи письмового контролю (модульне письмове тестування; підсумкове письмове тестування).

Таблиця 8.1.

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№ з/п	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування лекцій	1	3	3
2.	Відвідування практичних занять	1	13	13
3.	Виконання завдань з самостійної роботи (д. з.)	4	15	60
4.	Робота на практичному занятті	10	13	130
5.	Модульна контрольна робота	25	4	100
Максимальна кількість балів: 306				

Коефіцієнт розрахунку рейтингових балів $100/306 = 0,33$

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
- **Методи письмового контролю:** модульні письмові роботи; тест, написання журналістських матеріалів.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки	Національна шкала	Залікова оцінка
A	90-100 балів	Відмінно —відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками	ВІДМІННО	ЗАРАХОВАНО
B	82-89 балів	Дуже добре —достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок	ДОБРЕ	
C	75-81 балів	Добре — в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок		
D	69-74 балів	Задовільно — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності	ЗАДОВІЛЬНО	
E	60-68 балів	Достатньо — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)		
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання — незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання	НЕЗАДОВІЛЬНО	НЕ ЗАРАХОВАНО
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу — досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни		

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Реферативні дослідження та есе, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на семінарських заняттях.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- своєчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1. За джерелом інформації:

Словесні: лекція (традиційна, проблемна, лекція-прес-конференція), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.

Наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація.

Практичні: вправи.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних проектів.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни.

IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- опорні конспекти лекцій;
- навчальні посібники;
- робоча навчальна програма;
- збірка контрольних завдань для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів;
- засоби підсумкового контролю (комплект друкованих завдань для підсумкового контролю).

Х. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Гац Х. Нові інструментарії журналістики або як врятувати нудний контент / Христина Гац. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/novi-instrumentariyi-zhurnalistyky-abo-yak-vryatuvaty-nudnyy-kontent.html>
2. Кросмедія: контент, технології, перспективи / за заг. Ред. В. Е. Шевченка. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
3. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студентов вузов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2004.
4. Технологічні етапи виробництва відеоролика. – Режим доступу: http://stud.com.ua/34923/marketing/tehnologichni_etapi_virobnitstva_video_rolika.

Додаткова:

1. Бурмака М. В. Контактні програми на телебаченні: особливості "допродакшн"-, "продакшн"- і "постпродакшн "-періодів. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1832>
2. Конспект майстер-класу «VFX – це не просто постпродакшн». – Режим доступу: <https://faculty.film.ua/uk/news/1759>
3. Конспект майстер-класу «Бюджетування візуальних ефектів». – Режим доступу: <https://faculty.film.ua/uk/news/1885>
4. Монтаж звука: ключевые этапы постпродакшн. – Режим доступу: <http://www.chemodanov-production.ru/stati/montazh-zvuka-klyuchevyye-etapy-postprodakshn>
5. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студ. вузов по спец. «Журналистика»/ Ред.-сост. С.Г.Корконосенко. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. — Спб., — 2000.
6. http://katerinatregub.blogspot.com/2013/03/blog-post_2873.html

**Робоча програма навчальної дисципліни
«Створення та просування власного медіапроекту»**

Розробник: Южда Григорій Григорович, доцент кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.